

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN
LOYALITAS NASABAH BANK KALTIM CABANG PEMBANTU
KOTA BANGUN**

Saida Zainurossalamia
Fakultas Ekonomi, Universitas Mulawarman Samarinda

ABSTRAK:

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Responsiveness terhadap kepuasan nasabah Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun, mengetahui pengaruh Emphaty terhadap kepuasan nasabah Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun, mengetahui pengaruh assurance terhadap kepuasan nasabah Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun, mengetahui pengaruh tangible terhadap kepuasan nasabah Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun, dan untuk mengetahui pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun. Dengan menggunakan alat analisis Jalur (path analysis). Hasil penelitian diperoleh pengaruh masing-masing variabel adalah Responsiveness (0,117), Assurance (0,167), Emphaty (-0,124), Tangible (0,408), dan Kepuasan (0,371). Setelah membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} sebesar 1,986 menunjukkan bahwa t_{tabel} variabel Responsiveness 1,114 (positif tidak signifikan), Assurance 0,167 (positif tidak signifikan), Emphaty -0,124 (negative tidak signifikan), Tangible dan Kepuasan 0,408 dan 0,371 (positif signifikan).

Kata kunci: *responsiveness, empati, assurance, tangible, kepuasan dan loyalitas nasabah.*

ABSTRACT:

This study aims to influence pulled Responsiveness on customer satisfaction Kaltim Bank Branch City Build, influence Emphaty on customer satisfaction Kaltim Bank Branch City Build, influence on customer satisfaction assurance Kaltim Bank Branch City Build, tangible effect on customer satisfaction Kaltim Bank Branch City Build, and for influence of customer satisfaction on customer loyalty Bank Kaltim Build City Branch. With make use of analysis tools Path (path analysis). Results research obtained the effect of each variable is Responsiveness (0,117), Assurance (0.167), Emphaty (-0.124), Tangible (0.408), and satisfaction (0.371). Once t compared with t_{table} amounted to 1,986 showed that t_{table} variable Responsiveness 1.114 (not significant positive), Assurance 0.167 (not significant positive), Emphaty -0.124 (negative not significant), Tangible and Satisfaction 0.408 and 0.371 (significantly positive).

Key words: *responsiveness, emphaty, assurance, tangible, satisfaction and customer loyalty.*

PENDAHULUAN

Lembaga keuangan seperti perbankan berorientasi pada profit, menerapkan strategi pemasaran dengan menilai konsumen merupakan tujuan jangka panjang perusahaan. Tujuan pemasaran adalah memenuhi dan memuaskan kebutuhan serta keinginan konsumen (Kotler, 2006). Konsumen adalah pemain utama dalam bisnis. Menjaga konsumen tetap senang dan puas merupakan tantangan perusahaan dan cara yang terbaik untuk bertahan dalam persaingan.

Data empiris menunjukkan bahwa dari waktu ke waktu tingkat indeks kepuasan konsumen cenderung mengalami perkembangan ketinggian yang lebih tinggi. Hal ini ditunjukkan oleh hasil survey nasional yang dilakukan terhadap 19 industri, meliputi 139 produk/merek, dimana indeks kepuasan konsumen tahun 2003 sebesar 3,890 meningkat menjadi 3,926 pada tahun 2004, sebesar 3,952 pada tahun 2005 dan sebesar 3,951 (Djarmiko, 2008).

Jika nasabah merasa tidak puas akan pelayanan bank, maka tidak akan terjadi loyalitas terhadap bank tersebut. Menurut Griffin (1995). Seseorang pelanggan dikatakan setia atau loyal apabila pelanggan tersebut menunjukkan perilaku pembelian secara teratur atau terdapat suatu kondisi dimana mewajibkan pelanggan membeli paling sedikit dua kali dalam selang waktu tertentu. Pembelian yang teratur terjadi ketika mereka merasa puas atau sesuai dengan harapan beli mereka. Upaya memberikan kepuasan pelanggan dilakukan untuk mempengaruhi sikap pelanggan, sedangkan konsep loyalitas pelanggan lebih berkaitan dengan perilaku pelanggan daripada sikap pelanggan. Sama halnya pada perusahaan jasa atau perbankan, produk yang dimaksud adalah dalam hal pemberian pelayanan bagaimana mempengaruhi sikap nasabah sehingga merasa puas yang kemudian nasabah memiliki perilaku yang loyal sebagai akibat dari kepuasan tersebut.

Kualitas dan kepuasan pelanggan merupakan dua hal yang saling berhubungan satu sama lain. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Dalam hal ini perusahaan dituntut untuk selalu bisa memuaskan konsumennya melalui

meningkatkan kualitas pelayanannya. Yang mana hal ini berhubungan dengan kepuasan jangka panjang.

Bank Kaltim sebagai bank daerah di Kalimantan Timur khususnya Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun saat ini bersaing dengan bank-bank Nasional lain untuk membuat nasabah mereka loyal/setia kepada bank. Untuk dapat mewujudkan hal tersebut bank kaltim menciptakan kepuasan pelanggan sebagai dasar. Memberikan kualitas pelayanan yang baik sebagai wujud memberi kepuasan kepada nasabahnya. Kemajuan teknologi dan informasi saat ini membuat masyarakat lebih selektif dalam memilih. Ini menimbulkan persaingan tiap bank dengan mencari celah dimana letak ketidakpuasan nasabah kepada Banknya. Setiap saat ada kemungkinan terjadi perpindahan nasabah dari bank yang satu ke bank yang lain. Persaingan yang terjadi tidak membuat Bank Kaltim tidak bisa bersaing, ini terbukti dengan pembukaan cabang baru di Kecamatan Kembang Jangut ini dilakukan untuk memberikan kualitas pelayanan yang maksimal kepada nasabahnya dengan lebih dekat dengan nasabah.

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah: 1) Mengetahui pengaruh *Responsiveness* terhadap kepuasan nasabah Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun?; 2) Mengetahui pengaruh *Emphaty* terhadap kepuasan nasabah Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun?; 3) Mengetahui pengaruh *assurance* terhadap kepuasan nasabah Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun?

KAJIAN PUSTAKA

Anggraito (2012) dengan judul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah pada Bank Muamalat Cabang Samarinda. Hasil penelitian ini menemukan terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan dan pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas.

Fatah dengan (2011) dengan judul Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Bintang Sintuk Bontang. Hasil penelitian ini menemukan Terdapat pengaruh signifikan variabel-variabel

keandalan, keterjaminan, penampilan fisik, perhatian, ketanggapan, secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Tiga variabel memiliki pengaruh signifikan dan dua variabel tidak memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan dengan variabel ketanggapan sebagai variabel yang memiliki pengaruh terbesar terhadap kepuasan pelanggan.

Jasa diartikan bahwa di dalam jasa selalu ada aspek interaksi antara pihak konsumen dan pemberi jasa, meskipun pihak-pihak yang terlibat tidak selalu menyadari. Jasa bukan merupakan barang tetapi suatu proses atau aktivitas yang tidak berwujud.

Kualitas diartikan bahwa kualitas hidup kerja harus merupakan suatu pola pikir (*mindset*), yang dapat menerjemahkan tuntutan dan kebutuhan pasarkonsumen dalam suatu proses manajemen dan proses produksi barang atau jasa terus menerus tanpa hentinya sehingga memenuhi persepsi kualitas pasar konsumen tersebut.

Kualitas pelayanan (*total quality service*) merupakan derivasi TQM dalam industri jasa yang mempunyai inti konsep bahwa dalam usaha meningkatkan kualitas jasa perusahaan harus melibatkan komitmen dan kesadaran seluruh level kerja dalam perusahaan harus dilaksanakan terus-menerus sepanjang waktu sehingga akan didapatkan peningkatan penjualan serta pangsa yang lebih luas.

Kepuasan pelanggan mengacu kepada dua variabel, yaitu jasa yang dirasakan (*perceived service*) dan jasa yang diharapkan (*expected service*) oleh pelanggan. Pelanggan dikatakan puas apabila jasa yang mereka rasakan melebihi dari apa yang mereka harapkan. Sementara ketidakpuasan akan terjadi manakala pelanggan merasakan sesuatu yang kurang dari apa yang mereka harapkan. Mengacu dari dua variabel tersebut Kotler (2002) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai berikut; perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.

Loyalitas pelanggan terhadap produk atau jasa perusahaan didefinisikan sebagai sikap menyenangkan (*favorable*) terhadap sesuatu merek, yang direpresentasikan dalam pembelian yang konsisten terhadap merek itu sepanjang

waktu. Pengukuran tersebut merupakan hasil proses *psychological* atau *emotional attachment* (Palilati).

Pada penelitian ini menekankan pada analisis variable kualitas layanan yang mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun. Klasifikasi kualitas layanan yang akan dikaji diukur melalui beberapa dimensi, yaitu *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangibles*. Kerangka konseptual tersebut diharapkan dapat memberikan alur pikir dalam menyusun hipotesis dan pembahasan penelitian ini (Gambar 1).

METODE

Untuk membatasi permasalahan dan menghindari salah pengertian, maka perlu definisi operasional dari masing-masing variabel bebas yang akan diteliti dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel Kualitas Layanan Bank Kaltim

Kualitas layanan adalah tingkat kinerja yang diharapkan oleh nasabah Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Ukuran kualitas layanan tersebut terdiri atas variabel X (*eksogenous*): daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*) dan fasilitas fisik (*tangible*), dan variabel Y (*endogenous*): Kepuasan dan Loyalitas.

2. Kepuasan Nasabah Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun

Kepuasan adalah perasaan senang dan puas yang dirasakan oleh pelanggan atas layanan Bank Kaltim yang diberikan oleh karyawan Bank Kaltim. Adapun indikator-indikatornya adalah sebagai berikut:

Y_{1.1} : Perasaan puas yang dirasakan oleh nasabah Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun atas layanan secara keseluruhan yang diberikan oleh karyawan.

Y_{1.2} : Perasaan yang bangga yang dialami oleh nasabah selama menjadi nasabah Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun.

Y_{1.3} : Perasaan senang menabung di Bank Kaltim.

3. Loyalitas Nasabah Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun

Loyalitas nasabah Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun adalah sikap konsistensi yang ditunjukkan oleh nasabah untuk menabung ke Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun secara berulang-ulang/secara terus-menerus dalam waktu yang lama dan menjadikan Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun sebagai prioritas pilihannya, menularkan pengalaman positifnya secara ikhlas dan sukarela kepada calon nasabah lain dan mengajaknya untuk menyimpan uangnya di Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun. Adapun indikator-indikatornya adalah sebagai berikut:

Y_{2.1} : Niat untuk datang kembali menggunakan layanan Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun dimasa-masa mendatang secara terus-menerus.

Y_{2.2} : Niat untuk menceritakan pengalaman-pengalaman baik yang dialami di Bank Cabang Pembantu Kota Bangun.

Y_{2.3} : Niat untuk mengajak orang lain untuk menjadi nasabah Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun.

Y_{2.4} : Niat untuk tetap mempertimbangkan Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun sebagai pilihan utama.

Analisis data yang digunakan adalah Analisis Jalur (*path analysis*). Menurut Sugiyono (2009) analisis jalur digunakan bertujuan untuk melukiskan dan menguji model hubungan antar variabel yang berbentuk sebab akibat. Dalam model hubungan antar variabel tersebut, terdapat variabel independent yang dalam hal ini disebut variabel eksogen dan variabel endogen. Melalui analisis jalur ini akan dapat ditemukan jalur mana yang paling tepat dan singkat suatu independent menuju variabel dependent yang terakhir.

Dari Gambar 1 tersebut didapat beberapa nilai koefisien jalur baik langsung maupun tidak langsung secara rinci dekomposisi dari koefisien jalur pengaruh langsung dan tidak langsung dan pengaruh total tentang pengaruh variabel *Reliability* (X₁), *Responsiveness* (X₂), *Assurance* (X₃), *Empathy* (X₄), *Tangible* (X₅) terhadap Kepuasan (Y₁) dan Loyalitas (Y₂) dapat dilihat dalam Tabel 1.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini diuraikan hasil penelitian yang telah dilakukan dan temuan-temuan dilapangan tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah Bank Kaltim Cabang Pembantu di Kecamatan Kota Bangun, Kutai Kartanegara, Kalimantan Timur. Hasil penelitian merupakan gambaran tentang deskripsi variable, analisis atau pembuktian hipotesis dan menguraikan mengenai data penelitian baik yang berupa variable penelitian maupun non penelitian. Adapun perhitungan dengan menggunakan program *computer Statistical Package for Social Science (SPSS)* versi 17 for windows.

Berdasarkan analisis data yang telah diuraikan diatas akan dijelaskan lebih mendalam lagi yaitu hubungan Daya Tanggap (*Responsiveness*) (X_2), Jaminan (*Assurance*) (X_3), Empati (*Empathy*) (X_4), Bukti Fisik (*Tangible*) (X_5) terhadap Kepuasan (Y_1) dan Kepuasan (Y_1) terhadap Loyalitas (Y_2) nasabah Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun pada pembahasan di bawah ini:

1. Pengaruh Daya Tanggap (*Responsiveness*) (X_2) terhadap Kepuasan (Y_1) nasabah Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun

Berdasarkan pada hasil penelitian melalui SPSS nilai *standardized coefficient* sebesar 0,117 menunjukkan bahwa pengaruh variabel Daya Tanggap (*Responsiveness*) (X_2) positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan (Y_1) nasabah Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun. Dengan hasil $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $0,114 < 1,986$ serta dengan nilai signifikan $0,268 > 0,05$. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pegawai Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun melalui kecepatan/kesigapan memberikan layanan dapat mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun tetapi hal tersebut belum mampu meningkatkan secara optimal kepuasan nasabah Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun. Hal ini dikarenakan masih kurang tanggapnya pihak Bank akan setiap kejadian yang tiba-tiba terjadi misalnya kerusakan pada pelayanan ATM, lamanya perbaikan dan membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya penjelasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif. Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan

Berry (2004) Daya Tanggap (*Responsiveness*) berkaitan dengan kesediaan Pegawai Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun untuk melayani pelanggan dengan baik secara cepat dan tepat dengan harapan pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan yang akan mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun.. Hal ini tidak sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yaitu dari Anggraito (2012) yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Perbedaan hasil penelitian ini dikarenakan perbedaan obyek penelitian.

2. Pengaruh Jaminan (*Assurance*) (X_3) terhadap Kepuasan (Y_1) nasabah Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun

Berdasarkan pada hasil penelitian melalui SPSS nilai *standardized coefficient* sebesar 0,167 menunjukkan bahwa pengaruh variabel Jaminan (*Assurance*) (X_3) positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan (Y_1) nasabah Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun. Dengan hasil $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $1,781 < 1,986$ serta dengan nilai signifikan $0,078 > 0,05$. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pegawai Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun melalui kemampuan untuk menumbuhkan rasa kepercayaan nasabah dapat mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun tetapi hal tersebut belum mampu meningkatkan secara optimal kepuasan nasabah Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun. Hal ini dikarenakan kurangnya pemahaman masyarakat akan sistem pelayanan misalnya jumlah potongan atau biaya administrasi yang dikenakan pihak Bank kepada nasabah sehingga mengurangi rasa kepercayaan nasabah terhadap Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun. Menurut Fandy Tjiptono (2005) Jaminan (*Assurance*) berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya dan keyakinan pelanggan yang berhubungan dengan kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini

tidak sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yaitu dari Anggraito (2012) yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Perbedaan hasil penelitian ini dikarenakan perbedaan obyek penelitian.

3. Pengaruh Empati (*Empathy*) (X_4) terhadap Kepuasan (Y_1) nasabah Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun

Berdasarkan pada hasil penelitian melalui SPSS nilai *standardized coefficient* sebesar -0,124 menunjukkan bahwa pengaruh variabel Empati (*Empathy*) (X_4) negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan (Y_1) nasabah Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun. Dengan hasil $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $-1,270 < 1,986$ serta dengan nilai signifikan $0,207 > 0,05$. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pegawai Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun melalui upaya karyawan menjalin relasi yang baik dengan nasabah tidak dapat mempengaruhi dan meningkatkan secara optimal kepuasan nasabah Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun. Hal ini dikarenakan kurangnya kemampuan pegawai Bank dalam memahami hal-hal yang dibutuhkan nasabah, misalnya peningkatan kualitas pelayanan Bank terhadap nasabah. Adapun hasil negatif yang diperoleh variable *Empathy* tidak mempengaruhi kepuasan nasabah secara keseluruhan, dari segi geografis Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun sebagai Bank yang letaknya di daerah ruang lingkup kecamatan dengan karakter orang desa yang dominan tidak terlalu memikirkan dan memperhatikan kualitas pelayanan dari variabel *emphaty* yang diberikan pegawai Bank. Ini dimaklumi karena masih rendahnya pemahaman masyarakat tentang pentingnya pelayanan yang berkualitas. Masyarakat lebih fokus terhadap transaksi yang akan dilakukannya di Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun. Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (2004) Empati (*Empathy*) berkenaan dengan memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan, serta kemudahan untuk dihubungi sehingga bisa meningkatkan kepuasan nasabah. Hal ini tidak sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yaitu dari

Anggraito (2012) yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Perbedaan hasil penelitian ini dikarenakan perbedaan obyek penelitian.

4. Pengaruh Bukti Fisik (*Tangible*) (X_5) terhadap Kepuasan (Y_1) nasabah Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun

Berdasarkan pada hasil penelitian melalui SPSS nilai *standardized coefficient* sebesar 0,408 menunjukkan bahwa nilai variabel Bukti Fisik (*Tangible*) (X_5) positif dan signifikan terhadap kepuasan (Y_1) nasabah Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun. Dengan hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $4,045 > 1,986$ serta dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pegawai Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun melalui ketersediaan peralatan kantor yang memadai, kebersihan ruangan yang digunakan untuk bertransaksi, kenyamanan ruang yang disediakan saat melakukan transaksi, ketersediaan media promosi yang menarik, ketersediaan tempat parkir yang memadai, serta ketersediaan sumber informasi saat menunggu dapat mempengaruhi dan meningkatkan kepuasan nasabah Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun. Hal ini dikarenakan Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun sebagai Bank daerah mampu memberikan standar pelayanan kepada masyarakat dengan memberikan kenyamanan kepada nasabah pada saat melakukan transaksi, misalnya kebersihan ruangan yang digunakan untuk melakukan transaksi. Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (2004) Bukti Fisik (*Tangible*) meliputi fisik yang dapat dilihat, seperti perlengkapan perusahaan, karyawan perusahaan dan sarana komunikasi. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yaitu dari Anggraito (2012) yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

5. Pengaruh Kepuasan (Y_1) terhadap Loyalitas (Y_2) nasabah Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun

Berdasarkan pada hasil penelitian melalui SPSS nilai *standardized coefficient* sebesar 0,371 menunjukkan bahwa pengaruh variabel Kepuasan (Y_1) positif dan signifikan terhadap Loyalitas (Y_2) nasabah Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun. Dengan hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,958 > 1.986$ serta dengan nilai signifikan $0.000 < 0.05$. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa Kepuasan nasabah Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun melalui perasaan puas yang dirasakan oleh nasabah atas layanan secara keseluruhan yang diberikan oleh karyawan, perasaan bangga yang dialami oleh nasabah selama menjadi nasabah Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun, serta perasaan senang menabung di Bank Kaltim dapat mempengaruhi dan meningkatkan loyalitas nasabah Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun. Hal ini terlihat dari tetap setianya nasabah menggunakan layanan Bank Kaltim walaupun terdapat beberapa pilihan Bank lain yang ada di Kecamatan Kota Bangun. Selain itu hasil penelitian pada Bab IV berdasarkan lamanya menjadi nasabah Bank Kaltim diperoleh data bahwa lebih dari 50 % yaitu 56 orang nasabah sudah lama atau diatas tiga tahun menjadi nasabah Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun. Menurut Kotler (2002) kepuasan pelanggan (Y_1) berkenaan dengan perasaan yang nasabah rasakan terhadap pelayanan yang diberikan. Nasabah dikatakan puas apabila jasa yang mereka rasakan melebihi dari apa yang mereka harapkan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yaitu dari Fahmy (2009) yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh positif secara signifikan terhadap loyalitas. Secara keseluruhan (simultan) variabel Daya Tanggap (*Responsiveness*) (X_2), Jaminan (*Assurance*) (X_3), Empati (*Empathy*) (X_4), Bukti Fisik (*Tangible*) (X_5) terhadap Kepuasan (Y_1) nasabah Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun. Hal ini dibuktikan dengan nilai F_{hitung} lebih besar dari nilai F_{tabel} yaitu $8,030 > 2,31$ dan didukung dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Dan secara simultan variabel Kepuasan (Y_1) terhadap Loyalitas (Y_2) dengan

nilai F_{hitung} lebih besar dari nilai F_{tabel} yaitu $15,669 > 2,31$ dan pada nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Selanjutnya keeratan hubungan antara variabel Daya Tanggap (*Responsiveness*) (X_2), Jaminan (*Assurance*) (X_3), Empati (*Empathy*) (X_4), Bukti Fisik (*Tangible*) (X_5) terhadap Kepuasan (Y_1) nasabah Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun adalah dengan melihat nilai R (korelasi berganda) yaitu 0,503 atau 50,3 %, yang berarti bahwa variabel bebas secara bersama-sama memiliki hubungan yang kuat terhadap kepuasan nasabah Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun. Dan keeratan hubungan antara variabel Kepuasan (Y_1) terhadap Loyalitas (Y_2) adalah 0,371 atau 37,1 %, yang berarti bahwa variabel kepuasan memiliki hubungan yang kuat terhadap loyalitas nasabah Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun. Sedangkan kontribusi pengaruh masing-masing variabel Daya Tanggap (*Responsiveness*) (X_2), Jaminan (*Assurance*) (X_3), Empati (*Empathy*) (X_4), Bukti Fisik (*Tangible*) (X_5) secara bersama-sama terhadap Kepuasan (Y_1) nasabah Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun adalah dengan melihat nilai coefficients determinasi (R^2) yaitu 0,253 atau 25,3 % sedangkan sisanya sebesar 74,7 % dipengaruhi oleh variabel yang tidak terdapat dalam penelitian ini. Dan kontribusi pengaruh variabel Kepuasan (Y_1) terhadap Loyalitas (Y_2) nasabah Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun adalah 0,138 atau 13,8 % sedangkan sisanya sebesar 86,2 % dipengaruhi oleh variabel yang tidak terdapat dalam penelitian ini

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisa tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial variabel Daya Tanggap (*Responsiveness*) (X_2) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun.

2. Secara parsial variabel Jaminan (*Assurance*) (x_3) positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun.
3. Secara parsial variabel Empati (*Empathy*) (x_4) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun.
4. Secara parsial variabel Bukti Fisik (*Tangible*) (x_5) positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun.
5. Secara parsial variabel Kepuasan (y_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas (y_2) nasabah Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun.

DAFTAR PUSTAKA

- Ainiah. (2010). *Analisis Struktur Ekonomi dan Identifikasi Sektor Basis dan Non-Basis di Kota Samarinda*. Tesis Pascasarjana Magister Ilmu Ekonomi. Universitas Mulawarman. Tidak Dipublikasikan.
- Arsyad, Lincolin. (1999). *Ekonomi Pembangunan*. Edisi Keempat. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2008). *Kerangka Teori dan Analisis Tabel Input - Output*. Jakarta: BPS.
- Daryanto, A. & Hafizrianda Y. (2010). *Analisis Input-Output & Social Accounting Matrix Untuk Pembangunan Ekonomi Daerah* (Cetakan Pertama). Bogor: IPB Press.
- Hewings, G.J.D. (1985). *The Empirical Identification of Key Sectors in An Economy: A Regional Perspective*. http://www.ide-jetro.jp/English/Publish/Periodicals/De/pdf/82_02_04.pdf [diakses 12 Januari 2012]
- Jhingan, M.L. (2003). *Ekonomi Pembangunan dan Perencanaan*. Edisi Keenambelas. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kristiansen, Stein. (2011). "Linkages and Rural Non-Farm Employment Creation: Changing Challenges and Policies in Indonesia." ESA Working Paper No.

03-22. URL: <ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/007/ae055e/ae055e00.pdf> (diakses tanggal 1 Desember 2011)

Sahara dan Budi P. Resosudarmo. (2007). Peran Sektor Industri Pengolahan terhadap Perekonomian Daerah Khusus Ibukota Jakarta: Analisis Input-Output. <http://people.anu.edu.au/budy.resosudarmo/1996to2000/JAK-IO1998.pdf>

Sarac, Senay and Necla Ayas. (2008). *Measuring the Employment Effect of Sectors by Using Employment Multiplier*. www.iioa.org/files/conference-3/699_20120430101_SenaySarac.pdf [diakses tanggal 9 Juli 2013]

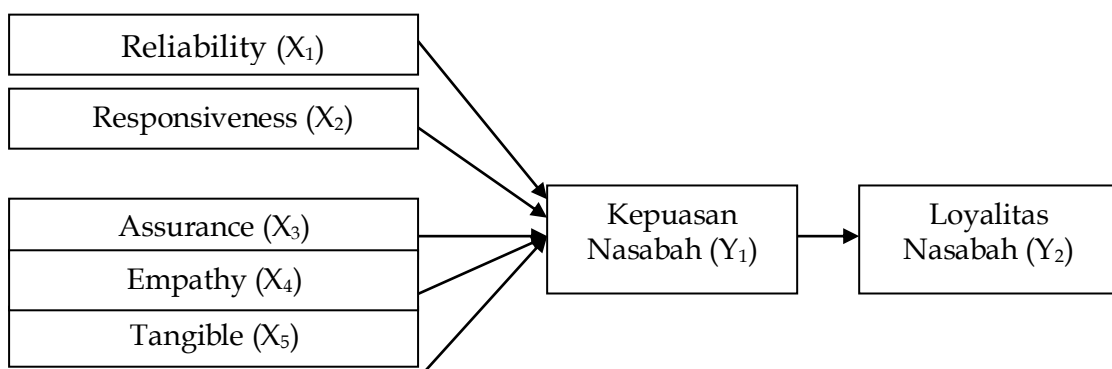
Setiono, Dedi N.S. (2011). *Ekonomi Pengembangan Wilayah (Teori dan Analisis)*. Lembaga Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

Todaro, M.P and Smith S.C. (2012). *Economic Development* (11th ed.). Adisson-Wesley.s

Widodo, Tri. (2006). *Perencanaan Pembangunan: Aplikasi Komputer (Era Otonomi Daerah)*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Wulandari, Erni. 2006. *Dampak Industri Pengolahan Kayu Terhadap Perekonomian Propinsi Riau*. Tesis Pascasarjana Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Tidak Dipublikasikan.

LAMPIRAN



Gambar 1. Model Kerangka Konsep penelitian

Tabel 1. Dekomposisi Total Efek Berdasarkan Diagram Jalur

Hubungan	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tak Langsung melalui Y1	Keterangan
1	2	3	4
$X_1 \longrightarrow Y_1$	$P_{y_1x_1}$	-	$P_{y_1x_1}$
$X_2 \longrightarrow Y_1$	$P_{y_1x_2}$	-	$P_{y_1x_2}$
$X_3 \longrightarrow Y_1$	$P_{y_1x_3}$	-	$P_{y_1x_3}$
$X_4 \longrightarrow Y_1$	$P_{y_1x_4}$	-	$P_{y_1x_4}$
$X_5 \longrightarrow Y_1$	$P_{y_1x_5}$	-	$P_{y_1x_5}$
$Y_1 \longrightarrow Y_2$	$P_{y_2y_1}$	-	$P_{y_2y_1}$

Sumber: Riduwan dan Engkos (2008)